

**PROPUESTA PARA UNA NUEVA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN
INTERNA EN LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE
OCCIDENTE Y DISEÑO DEL SISTEMA DE AUDIO INTERNO:
*SISTEMA DOS***

ANDRÉS FELIPE DE LA CADENA VEGA

VÍCTOR HUGO HOYOS MONTES

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
DIVISIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2001**

**PROPUESTA PARA UNA NUEVA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN
INTERNA EN LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE
OCCIDENTE Y DISEÑO DEL SISTEMA DE AUDIO INTERNO:
*SISTEMA DOS***

ANDRÉS FELIPE DE LA CADENA VEGA

VÍCTOR HUGO HOYOS MONTES

**Trabajo de Grado presentado para optar al Título de:
Comunicador Social – Periodista**

GUILLERMO QUISOVONICK
Asesor

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
DIVISIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2001**

**Trabajo de Grado aprobado por el Director
Asignado por la División, en cumplimiento de los
requisitos exigidos para otorgar el título de
Comunicador Social-Periodismo**

GUILLERMO QUISOVONICK

Director

MARÍA MERCEDES CHACÓN

Asesor Metodológico

Santiago de Cali, Julio 24 de 2001

DEDICATORIA

A Dios, nuestra guía permanente.

*A mis padres Hugo Hoyos y
Ruby Montes y a mi hermana Alexandra Hoyos, y a kathy.
Con mucho cariño por su apoyo incondicional.*

.

*A aquellas personas que de una u otra forma han llevado
consigo durante estos años la ilusión de materializar
Frecuencia Zero.*

*A Andrés Felipe De La Cadena, por no
dejar morir este sueño, gracias.*

*A Adriana Sepúlveda en donde quiera que esté,
por enseñarme que las cosas grandes
son para los que esperan.*

Gracias a Todos.

Víctor Hugo

DEDICATORIA

A Dios, porque sin él nada de esto sería posible.

*A Guillermo De La Cadena y Cecilia Vega,
mis padres, y a Ana María De La Cadena, mi hermana,
por su paciencia y apoyo brindado en todos estos meses.
Este trabajo es de ustedes y para ustedes.*

*A Henry De La Cadena, mi abuelito, por amar la radio
tanto como la amo yo.*

*A Carolina Robles, la mujer de mis sueños,
por permanecer siempre a mi lado.*

*A Víctor Hugo Hoyos, mi amigo y compañero de tesis,
por seguirme la cuerda en mis locuras y por su incomparable lealtad.*

*A todos los profesores de la División de Comunicación Social, por
enseñarme lo que sé, y por aguantarme tanto.*

A todos los que creyeron en este proyecto.

Gracias a Todos.

Andrés Felipe

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan su agradecimiento a:

La Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, por los estudios otorgados a Víctor Hugo Hoyos.

Diana Margarita Vásquez, Comunicadora Social, profesora del Área de Radio y Directora de Proyectos de Tesis, por la infinita paciencia tenida a los autores de esta investigación.

Guillermo Quisovonick, Comunicador Social y Asesor del presente Proyecto, por su acertada vinculación con el mismo.

Rodolfo Gómez, profesor del Área de Radio, por su colaboración y aportes al presente estudio.

Maria Eugenia Hernández, Comunicadora Social y profesora del Área de Radio, por sus valiosos aportes al presente estudio.

Cecilia de De La Cadena, por su colaboración en la presentación final de este documento.

Hugo Hoyos, Ingeniero, por su colaboración en la presentación final de este documento.

Nuestros Padres, por brindarnos la oportunidad de estudiar.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2. OBJETIVOS	13
2.1 OBJETIVOS GENERALES	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. ANTECEDENTES	14
3.1 POTENCIALIDADES DEL MEDIO	14
3.2 FRECUENCIA ZERO	16
3.3 COMUNICACIÓN	17
3.4 RADIO	18
4. JUSTIFICACIÓN	19
5. MARCO TEÓRICO	22
6. MARCO CONCEPTUAL	29
7. DESCRIPCIÓN Y METODOLOGÍA	33
7.1 TIPO DE ESTUDIO	34
7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	35
8. PRESUPUESTO	36
9. CRONOGRAMA	37
10. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	38
11. GRÁFICOS Y ANÁLISIS	40
12. DISEÑO	51
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	58

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A: Entrevistas	59

RESUMEN

El presente trabajo tiene como principio una alternativa de comunicación interna en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente y diseño del sistema de audio interno, a este último se le dio el nombre *Sistema Dos*.

Sin dejar a un lado los mecanismos de información ya existentes (fotocopias, boletines, revistas, fotocopias, entre otras), ni mucho menos ir en contra de sus funciones, por el contrario, una de sus funciones es apoyar a los mismos y brindar herramientas cognoscitivas para su creación y desarrollo. Esto implicó una orientación de acuerdo a las necesidades del público al cual estaba dirigido, en este caso la comunidad de la C.U.A.O; una vez conocidas, se edificó una propuesta radiofónica que supliera dichas necesidades.

Sistema Dos hace parte de este enfoque ya que está dirigido hacia un público delimitado, en este caso por la Universidad Autónoma de Occidente, además de esto, abarca una zona específica sin requerir frecuencia en dial, debido a que se hace referencia a un espacio geográfico.

Para complementar lo anterior, se presentó un diseño que tuvo como base los resultados arrojados por la encuesta, y a partir de ella se realizó una propuesta de programación radial.

El proyecto concluyó en la creación de un medio sonoro que facilitaría la retroalimentación entre los estamentos que hacen parte de la comunidad universitaria, y asimismo permitiría el diseño de una propuesta radiofónica.

INTRODUCCIÓN

Mario Kaplún plantea que la radio de tipo educativo no debe ser aburridora, compuesta por temas ambivalentes, o tediosos, por el contrario, debe tener temas de sumo interés cultural, ya que ésta reúne todos los ámbitos informativos y de entretenimiento como vehículos educativos y socioculturales, cumpliendo con las tres funciones básicas de la radio: informar, educar y entretener, lo que genera un contenido con una amplia cobertura, que persuada al oyente y genere cambios cognitivos y de interacción en el mismo.

Esto es lo que propone la formación y estructuración de un sistema de audio dentro de una comunidad educativa de formación superior. Se busca unir a los integrantes de la comunidad universitaria con diferentes perspectivas frente a la sociedad, su profesión y su desarrollo cultural, a pesar de que cada uno tenga una formación ética, moral y educativa diferente. Todos los actores de este proceso convergen en un mismo punto: la universidad y la necesidad de sentir un vínculo informativo con la misma, una identidad, como componentes esenciales en el proceso de la “Universitas”.

En la estructura de un sistema de audio deben existir las problemáticas y objetivos anteriormente planteados con el fin de que la adaptación del proceso técnico y estructural de los programas radiofónicos sea flexible y entretenidos. En este caso se deben utilizar recursos musicales, efectos sonoros, entrevistas y testimonios acordes con los temas, para facilitar el diálogo, la participación y la colaboración, de modo que los oyentes, en este caso la comunidad universitaria, aprenda a plantear y articular problemas comunes

analizándolos y proponiendo soluciones, así como a promover la adquisición de una visión integral y global de la realidad, facilitando por tanto, el acceso a la recepción y a la expresión de todos los componentes socio académicos de la C.U.A.O. (***Corporación Universitaria Autónoma de Occidente***)

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Por qué posibilitar en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, un canal de comunicación, donde participe, interactúe y se relacione la Comunidad Universitaria en general?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERALES

- ☒ Diseñar un canal de comunicación que facilite la integración e interacción entre los distintos componentes de la comunidad universitaria.
- ☒ Proyectar un sistema de audio interno que sirva de apoyo informativo a los medios comunicativos existentes en la Autónoma (carteleros, boletines, revistas, fotocopias, entre otros.)

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ☒ Detectar las necesidades existentes en cuanto a mecanismos de comunicación entre los distintos componentes de la comunidad universitaria de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente.
- ☒ Diseñar un sistema de audio Interno.
- ☒ Incentivar la participación en torno a la creación de un sistema de audio interno en el que la comunidad universitaria pueda expresarse.

3. ANTECEDENTES

3.1 POTENCIALIDAD DEL MEDIO

En marzo de 1977 el señor Enrique Iglesias, secretario ejecutivo de la CIESPAL, advirtió públicamente que 100 millones de Latinoamericanos vivían en condiciones de extrema pobreza; al mismo tiempo, afirmó que el fracaso de los planes de desarrollo era la “desvinculación” del factor humano y/o social con lo económico, es decir, la mala distribución de los frutos del Estado.

Era importante entonces “socializar” y educar al pueblo, vincularlo al proceso de reforma, de desarrollo, pero para ello se requería de algo que fuera capaz de **llegar mucho más allá** a bajos costos y con suprema penetración entre el público. Es aquí donde la radio surgió como la mejor solución al problema. Ésta se presentaba como el medio más eficaz para llegarle a todos los públicos, aspecto que incluía a los analfabetas, ofreciéndoles como una ventaja del medio que para escuchar radio, y entender el mensaje, no es necesario saber leer. A lo anterior la unisensorialidad, defendida por unos y opacada por otros, juega un papel importante ya que cuando se analiza la atención que se le presta a la radio a la hora de emitir algún programa en especial, se da cuenta de que para escucharla no es necesario dedicarse 100% a ella; se puede comer, leer, practicar algún deporte, navegar en internet, entre otras varias cosas, mientras se escucha radio. Este aspecto que mencionamos anteriormente, a diferencia de la televisión o la prensa, que para prestarles atención, se debe

dedicar completa atención dejando de lado cualquier otra actividad, ofrece una ventaja que hace que la radio en muchas ocasiones llegue a más públicos y sus mensajes sean mejor difundidos.

Esta ventaja del medio sonoro se expresa en la profusión de estaciones de radio como lo ilustra Asdrúbal De la Torre: *‘En 1994, en América Latina, se registra una población de 436.214.000 habitantes con una densidad de 53 habitantes por Km2. Así mismo, existen 1150 diarios, 5876 emisoras, 595 estaciones de televisión, lo que demuestra que la radio es uno de los medios más eficaces y de mayor penetración en la población latinoamericana cubriendo gran parte del total de habitantes’*¹.

*“Con esto se puede ver claramente que la radio es el principal y más eficaz medio de comunicación, ya que no solo llega a determinados lugares citadinos, sino que abarca casi todo a su paso, llegando hasta los sectores rurales más alejados”*²

Kaplún plantea entonces lo siguiente: “Sorprende en verdad que muchos planificadores insistan en dar prioridad para fines educativos, a medios tanto más caros y sofisticados como lo es por ejemplo la Televisión...”³

¹ DE LA TORRE, Asdrúbal. Revista Chasqui 49 Octubre 1994. p15

² KAPLUN, Mario. Producción de Programas de Radio. Quito. Ediciones CIESPAL. Colección INTIYAN. P. 22.

³ *Ibid.*

3.2 FRECUENCIA ZERO

La propuesta de Frecuencia Zero, surgió de un experimento que se llevó a cabo entre los años 1993 y 1994 con los estudiantes de Comunicación Social y el Área de Radio en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente. “Lo que nosotros pretendíamos era darle continuidad al trabajo que se venía haciendo con Frecuencia Zero cuando se inició en el año 94. La principal razón del porqué nosotros retomamos este proyecto era trabajar en la parte de comunicación a nivel de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente”⁴, afirma Víctor Peña, Comunicador Social egresado de la Universidad Autónoma.

Dentro de sus estudios preliminares, Peña y sus compañeros pudieron percatarse de que los medios utilizados por la Universidad Autónoma (carteleros, fotocopias, entre otras) para informar o para difundir alguna noticia o evento, no eran lo suficientemente eficaces para cumplir con su objetivo; y aunque sus investigaciones estaban apuntando hacia unos resultados interesantes como por ejemplo que la Autónoma presentaba problemas de comunicación debido, entre otros factores, a su crecimiento tanto físico como humano; esta propuesta no se llegó a materializar. La experiencia fue retomada por este grupo de investigación y es aquí donde nace *Sistema Dos*, el cual es una propuesta que busca montar una programación radiofónica aprovechando un posible Sistema de Audio Interno; lo anterior, con el fin de apoyar los medios de información en la Universidad Autónoma, abrir espacios de participación a los distintos actores de la comunidad universitaria mediante una

⁴ Peña Víctor. Entrevista. Junio 30 de 2001.

programación atractiva que despierte el interés del público por los contenidos que se transmitan.

Las experiencias anteriores, y el ánimo de que las cosas salgan bien, son algunas de las ventajas que posee el actual trabajo de investigación, ya que es con base en estas experiencias que se ha llevado a cabo este proceso.

3.3 COMUNICACIÓN

Por más de 30 años la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente ha manejado medios comunicativos internos como: carteleras, boletines, revistas, fotocopias, entre otros similares, que frente al permanente y considerable crecimiento demográfico durante los últimos 4 años en la CUAO, hace más compleja la retroalimentación comunicativa en la universidad.

Actualmente, este problema se ve reflejado en el desconocimiento de muchas de las actividades, reglas, eventos y noticias en general que la Universidad emite con el ánimo de, entre otros, generar un sentido de pertenencia en todo el cuerpo institucional y académico que la compone. De esta forma, se plantea el Sistema de Audio Interno como un medio paralelo a los existentes, permitiendo que la información en general tenga un mayor cubrimiento en la comunidad universitaria (estudiantes, profesorado, cuerpo administrativo y trabajadores en general).

3.4 RADIO

Desde sus inicios, la radio ha traído consigo un fin social: el de informar y muchas veces divertir a los radioescuchas que ven en este medio una alternativa de conocimiento y entendimiento del mundo exterior. Su extensa cobertura y su facilidad de adquisición, ya que en ocasiones es más fácil conseguir un radio portátil que un televisor portátil, han sido dos de los factores más influyentes que han contribuido a que la radio sea uno de los medios más potencializados y usados en el mundo entero. Es por esto que se le ha escogido como base fundamental de la investigación en proceso, ya que se busca un medio que permita que la información llegue de manera más eficaz y a la vez se pueda ejercer una retroalimentación entre los diferentes estamentos de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes, empleados y personal administrativo).

4. JUSTIFICACIÓN

A lo largo de la historia del mundo, la radiodifusión se ha constituido como un medio de comunicación insustituible de las masas, llevando información a millares de comunidades; ante esta capacidad de cobertura, la radio se extendió por regiones, ciudades y pueblos, debido a su ilimitado alcance, con precios accesibles para la población y con grandes y pequeñas estaciones de transmisión que otorgaron a la radiodifusión una ventaja indiscutible sobre los restantes medios de comunicación en lo referente a las posibilidades de emisión y recepción en toda lengua, raza o cultura.

Con el fin de cumplir y/o suplir las necesidades informativas de una comunidad, la radio, desde 1946, tomó un giro más flexible en su producción, para dar paso, por un lado, a la radio que desarrolla proyectos educativos, y por el otro, a la radio comunitaria que promueve la utilización de herramientas informativas encaminadas al desarrollo social y cultural de las comunidades.

La presente investigación se propone brindar los criterios e instrumentos radiofónicos que posibiliten a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente, el conocimiento de las normas, reglamentos y proyectos en general de los entes administrativos de la universidad, y así mismo, crear un medio que suministre una interacción comunicativa entre el cuerpo estudiantil y el administrativo en general.

Los conceptos radiofónicos que se tuvieron en cuenta para la realización de nuestro proyecto fueron: 1) La música, porque por medio de ella se puede ayudar a generar ambientes cálidos dentro del Campus, brindando al receptor entretenidos y variados programas para todos los gustos. Además de contar esta misma, la música, con la ventaja de poder unificar puntos de vista, ya que la música le llega a todo tipo de público sin importar edad, etnia, religión, estatus, y en este caso, sin importar el cargo que se tenga dentro del Campus. 2) La información, ya que se pretende no sólo generar un ambiente agradable, sino también mantener al Campus informado con noticias de actualidad abarcando desde el interés local hasta el nacional e internacional. 3) La democracia comunicativa ya que pretendemos que el sistema de audio sea un medio que permita la integración de todos los miembros de la comunidad universitaria, convirtiéndolo en un mecanismo de participación en el que muchos puedan hacer uso de él. Por tanto, esta investigación se plantea y justifica en el marco de la participación y el conocimiento de los proyectos educativos de la Universidad, así como en la función de informar y divertir a nuestra comunidad universitaria.

La implementación de un sistema de audio de tipo participativo y comunitario, como el planteado en este proyecto, permitirá construir una emisión bidireccional, dialógica y participativa, en la que se pueda informar y conocer, en este caso el contexto universitario, social y la interacción en la que está inmersa la educación, sus componentes administrativos y los estudiantes como participantes y colaboradores en el proceso de implementación y ejecución del sistema en mención.

Lo anterior, sintetiza una vez más el interés en la creación de un sistema de audio interno que reúna los intereses de la comunidad universitaria con miras a la realidad social en que se relacionan e interactúan sus componentes, así como en la producción de programas de información y entretenimiento de óptima calidad, en donde se aproveche al máximo la tecnología de fibra óptica conectada en la institución.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que no sólo los recursos técnicos son de gran importancia, también es necesaria una producción con un cuidado minucioso en sus contenidos; a su vez, todo este tipo de técnicas y planteamientos no se pueden lograr si no se conoce con detenimiento el ámbito y contexto social en el que se va a trabajar por todas las anteriores características este trabajo se enfoca también en un estudio de las necesidades de los componentes físico-cognitivos de la Universidad Autónoma, ya que por medio del recurso radiofónico a crear se pueden reforzar y/o motivar innovaciones que vayan en beneficio de la comunidad universitaria y de su desarrollo, en donde se despierte un interés por participar en este sistema comunicativo a nivel técnico, estructural, de contenido y difusión.

Todo este conocimiento social requiere también un criterio objetivo del uso del sistema de audio como medio comunicativo, diferente en gran medida con la televisión, prensa e Internet. Esto permite que los oyentes se identifiquen con las inquietudes y aspiraciones que pueden vertirse a través de los mensajes radiales, los hagan suyos y luchen junto con los personajes del libreto por romper el aislamiento cultural, mejorar las condiciones de vida, superando la dependencia social, económica y política del monopolio comunicativo.

5. MARCO TEÓRICO

“El acto de escuchar a los públicos y dar una respuesta, surge de un diálogo: de este, una relación y de allí, la confianza, que está basada en el intercambio de una información precisa.”⁵

Este es quizás el objetivo primordial del presente proyecto. Para posicionar la idea del sistema de audio interno en los diferentes estamentos de la Universidad Autónoma de Occidente (profesores, estudiantes, trabajadores y directivos), se trabajó con información que sirvió en un momento dado como guía para llegar a comprender los conceptos, de la radio y la comunicación, entre otros. La metodología del proyecto incluyó la realización de 700 encuestas aplicadas entre los estamentos anteriormente mencionados y que permitieron conocer los gustos y las aparentes necesidades de comunicación que se expresan dentro del Campus. Todo lo anterior, permitió demostrar que el proyecto en cuestión puede ser una alternativa de comunicación por ser la radio un medio reconocido por su eficacia y que podría ser utilizado dentro del Campus, además de ser el de mayor preferencia entre el público encuestado.

“Nosotros contamos con alrededor de ocho mil estudiantes, y de éstos, sólo participaban en las actividades extracurriculares, alrededor de unos doscientos, es decir, la cifra no era

⁵ **REINA, Patricia.** ¿Qué es eso de las Relaciones Públicas?. Publicación entregada en clase de Relaciones Públicas.

*realmente representativa, entonces nosotros queríamos demostrar que con un medio que podía llegar rápidamente a los estudiantes, que poseía la inmediatez, es decir, que no tenía que pasar por ningún proceso de diseño ni de impresión, lo que normalmente tarda una semana, podíamos llegar a gran parte de la población estudiantil, en el mismo momento en que sucedían los hechos”*⁶, afirma, con respecto a su proyecto, Víctor Peña.

La intencionalidad de este proceso de investigación no es explicar cómo se implementa un Sistema de Audio Interno, sino más bien, brindar herramientas cognoscitivas para la creación y el desarrollo del mismo. Esto implica que este sistema debe tener una orientación dada de acuerdo con las necesidades del público al cual está dirigido, una vez conocidas, se edifica una propuesta radiofónica que supla dichas necesidades.

El origen del sistema de audio interno se conecta con la radio porque, *“esta misma no sólo incluye la entrega informativa tradicional, sino también incorpora espacios destinados a la interpretación, el debate y el análisis”*⁷, por lo tanto es fundamental el criterio informativo de este sistema.

Como lo plantea José F. Pérez en su ensayo: Área de problemas en la radio educativa, *“se puede hablar de dos enfoques básicos al planificar la programación de emisoras confesionales o educativas: una tendencia Universalista y otra de carácter Particular. El primer enfoque ha estado tradicionalmente unido a emisoras de gran potencia y cobertura geográfica, frecuentemente citadinas. Considera su mensaje válido para todos los grupos,*

⁶ PEÑA, Víctor. Entrevista. Junio 30 de 2001.

⁷ GONZALEZ, Nelson. Encuentro de docentes e investigadores de la comunicación del MERCOSUR. 1996.Publicación. Internet, www.encuentromercosur.com

*por lo que su lenguaje y programación tratan de ser tan universales como posibles. El enfoque Particular corresponde principalmente a emisoras locales, cubriendo zonas limitadas. Su opción es la de llegarle a un grupo determinado, homogéneo desde el punto de vista social o geográfico. La programación y el lenguaje parten de las necesidades y realidades concretas de ese grupo, el cual define la personalidad de la emisora.”*⁸

Sistema Dos hace parte de este enfoque ya que está dirigido hacia un público delimitado, en este caso por la Universidad Autónoma, además de esto, abarca una zona específica sin requerir frecuencia en el dial, debido a su difusión en un espacio geográfico. *Las noticias recogerán sus propias preocupaciones o bien serán ofrecidas desde una perspectiva educativa que ensanche su marco de referencia.*

*Los momentos claves estarán definidos por programas de educación no-formal, amenos y con conocimientos prácticos. Tiene un solo peligro del que debe estar consciente: no cerrarse demasiado en sí misma.”*⁹

El texto implica una evolución constante con su entorno, un crecimiento mutuo entre el “emisor y el receptor”, un dar y recibir todos los días con el ánimo de convertirse en uno solo a través de la experiencia interactiva, de fusionar los límites culturales y fronterizos para que se pueda crear esa identidad unificada, que es lo que los autores del presente proyecto pretenden que se empiece a dar en la C.U.A.O.

⁸ SÁNCHEZ, Pérez José F. Área de problemas en la radio educativa. Quito. Chasqui Número 10. 1972.

⁹ Ibid

“La posibilidad de usar la radio como complemento o sustituto del sistema educativo tradicional dio origen a numerosas experiencias de alfabetización o educación formal, impulsadas tanto por el sector privado como por los gobiernos. Independientemente del éxito o fracaso de los diversos sistemas, nos interesa constatar lo que el esfuerzo educativo representa en el conjunto de actividades de la emisora”¹⁰.

Kaplún ha agrupado las diversas experiencias de educación de adultos con utilización de medios en cuatro tendencias de las cuales traeremos a colación la siguiente:

“Comunicación Participativa: *Es la que los grupos se convierten en emisores de mensajes. Ya no son núcleos aislados haciendo su propia reflexión, sino miembros de una estructura que utiliza el medio como vehículo de diálogo con otros grupos similares”.*¹¹ *El Sistema de Audio Interno servirá como canal de participación en el cual tendrán cabida todos los integrantes de la comunidad universitaria, con el ánimo de presentar planteamientos posibles a través de acciones emprendidas por los diversos grupos existentes, es decir, “esto permite preparar los programas a partir de sus necesidades concretas”.*¹²

Ahora bien, es necesario que el sistema le sea familiar a la comunidad universitaria para que ésta misma sea consciente de la importancia de su función. Sus aportes son de gran interés para crear una figura de necesidades que pueden suplir mediante este medio comunicativo; *"esto permite superar desconfianzas y los estereotipos culturales,*

¹⁰ **Ibid**

¹¹ **Ibid**

¹² **Ibid**

lográndose así una real integración, a través de una política que comprenda las vinculaciones que existen, entre la cultura, la vida de las naciones y la comunicación."¹³

Ante todo se pretende que este medio de comunicación haga que la comunidad sienta qué es la Universidad y de alguna manera construya una identidad con la misma, ya que entre los estudiantes, profesores, empleados, entre otros, se congregan varios grupos. El encuentro de identidades que existe en el Campus tiene como concepto principal la comunicación; aspecto fundamental en el Proyecto de Investigación **En busca de lo que somos, un estudio sobre las identidades culturales de los estudiantes de la Autónoma**, llevado a cabo por la docente Maira Martelo: *‘La comunicación fue fundamental porque parte de la estrategia metodológica fue sentarse a conversar con la gente, sentarse a conversar pero además confrontar las miradas de personas que usualmente no pasan de un saludo en la universidad. Entonces dentro de lo metodológico se trabajó con grupos focales que en ese caso no simplemente eran una herramienta de recolección de información, sino que también eran una estrategia pedagógica porque estaban pensados que se pudiera sentar un guarda con un estudiante, con un directivo, y con una secretaria y son personas que como te digo, normalmente no interactúan en la universidad. En cambio en ese contexto eso fue posible y confrontar sus miradas, y bueno, finalmente un proceso de comunicación, donde se reivindica el diálogo fundamentalmente.’*¹⁴.

¹³ **GONZALEZ, Nelson.** Encuentro de docentes e investigadores de la comunicación del MERCOSUR. Publicación Internet www.encuentrodocentesmercosur.com 1996.

¹⁴ **MARTELO, Maira.** Proyecto de Investigación. En busca de lo que somos, un estudio sobre las identidades culturales de los estudiantes de la Autónoma. Entrevista Julio 10 de 2001.

Uno de los problemas más notorios que hay dentro del Campus, es la falta de pertenencia, que es un tema bastante extenso y lleva a pensar en cuál es la identidad de un estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente. Mediante el sistema de comunicación planteado, la comunidad podría participar con sus aportes, planteamientos y diferentes propuestas, que llevaría a un interés mayor en el desarrollo de la vida universitaria lo que ayudaría a enfrentar parte del problema de la falta de pertenencia.

El Concejal Néelson González, en el Encuentro de docentes e investigadores de la comunicación del MERCOSUR, afirma que en un mundo globalizado de la comunicación, es esencial el mantenimiento de identidades culturales diferenciadas para estimular el sentido de pertenencia cotidiana a una sociedad concreta.

*"La radio implica costos de operación y producción comparativamente bajos en relación con otros medios, facilita la experimentación e incorporación de nuevos formatos en su programación."*¹⁵. Entre tanto, para materializar el proyecto surgen necesidades económicas para su ejercicio; en este caso los instrumentos técnicos que son necesarios no tienen un alto costo, según cotizaciones e implementos con que cuenta la universidad, además se habla de un espacio limitado. Apoyando lo anterior, Rodolfo Gómez, profesor y fundador de la emisora Javeriana Estéreo dice: *"Los precios no son tan altos, la dotación es básica, evidentemente hoy en día se monta una emisora de cualquier tipo con un computador y un sistema digital de audio. Pero este sistema (Frecuencia Javeriana) tenía equipos análogos, y básicos, había dos Cds, un par de micrófonos, una pequeña cabina de*

¹⁵ **Ibid**

locución de un aislamiento mínimo y una consola y unos parlantes que estaban en espacios específicos”¹⁶.

Por otro lado, apoyando la creación de mecanismos que agilicen el flujo de información dentro del Campus, Luis Fernando Ronderos, profesor y directivo de la Universidad Autónoma afirma: *“Lo que me parece clave es determinar que los mecanismos de información y los medios por los cuales se está informando a la gente sean más eficaces. Yo creo que en ese sentido nosotros estamos muy abiertos a pensar que permanentemente debemos estar analizando y dándole mayor dinámica a la información dentro de la organización. Las organizaciones bien informadas garantizan mayor rendimiento”¹⁷*

¹⁶ **GÓMEZ**, Rodolfo. Profesor Universidad Autónoma. Entrevista.

¹⁷ **RONDEROS**, Luis Fernando. Profesor y Directivo. Universidad Autónoma. Entrevista.

6. MARCO CONCEPTUAL

A partir de los conceptos dados por Mario Kaplun, Alberto Suárez, Bertold Brecht, y Daniel Prieto entre otros, se explicarán cada uno de los conceptos dados a través de los marcos teórico y referencial, con el fin que el lector pueda comprender la totalidad de sus significados

Comunicación: Acción y efecto de comunicarse, relación, trato entre dos o más personas, transmisión de un mensaje con un código común.

- Interacción entre dos o más seres vivos, aceptándose como diferentes, legítimos y válidos.
- Mediante un canal, en este caso, el Sistema de Audio Interno, la comunicación se convierte en parte y elemento fundamental de la comunidad universitaria, ya que es justamente en esta, que existen deficiencias comunicativas que requieren de un medio además de los existentes, para lograr mejor su objetivo, mediante un lenguaje radial.

Comunicación Intercultural: Proceso de intercambio simbólico entre personas de diferentes culturas y cuya percepción e interpretación de la realidad, es generalmente distinta.

Comunidad: Es el conjunto de personas, organizaciones o estados, que poseen intereses comunes.

Cultura: Herencia de costumbres, valores, creencias que todo pueblo adopta, reconoce y desarrolla a través de su historia.

-Conjunto de conocimientos literarios, artísticos y científicos adquiridos.

-Conjunto de estructuras sociales, religiosas, etc, y de manifestaciones artísticas que caracterizan una sociedad.

Identidad: Es la condición y carácter de una comunidad humana unida por lazos históricos, lingüísticos y religiosos que son distintos y que buscan parecerse con el fin de considerarse como un todo dentro de un territorio compartido. Por lo que ésta se construye en la interacción cotidiana.

- Conjunto de caracteres o circunstancias que hacen que alguien o algo sea reconocido, sin posibilidad de confusión con otro.

Interrelación: Indica cualquier forma de acción mutua entre dos o más personas o grupos sociales, en la que cada una de las partes orienta su conducta teniendo en cuenta, la función de la contra parte.

Informar: Proceso mediante el cual se ofrece comunicación, ya sea de noticias, ideas u opiniones, mediante la creación o el acceso a los medios correspondientes (medios de comunicación, entre otros. // Dar u obtener noticias de algo.

Radiodifusión: Conjunto de emisiones radiofónicas destinadas a un elevado número de receptores. En este caso el receptor, es la comunidad universitaria de la Autónoma.

- El medio a través del cual se transmiten la RPN de las ondas sonoras que reflejan la utilización de un lenguaje radiofónico expresado a partir de la palabra, la música, el sonido y el silencio.

Radio Comercial: Fueron creadas como medio de lucro (empresas comerciales). Su principal y, a veces, única fuente de ingresos es la publicidad. Aunque se refieren permanentemente al servicio social y muchas se auto califican de culturales, estas emisoras, estas emisoras viven de las cuñas y, por tanto, su interés prioritario es el económico.

Radio Educativa: Son muy pocas. Parecería que a nadie le interesa crear una emisora con fines educativos, especialmente por la errónea creencia de que la cultura no es rentable.

Sistema de audio: Es el medio por el cual se puede transmitir y escuchar mensajes sonoros mediante aparatos específicos como tornamesa, bafles, micrófonos, entre otros; en este caso sería la radio.

Sistema de Audio Interno: Es el medio por el cual se puede transmitir algo, ya sea música o información en general, pero limitado a un área específica ya que no poseería dial,

es decir, no cuenta con un transmisor, con una frecuencia, y solo lo podrían escuchar las personas que se encuentren en o cerca del área de alcance de los aparatos de emisión.

Unisensorialidad: Característica de la radio o la prensa. Se recibe a través de un solo sentido, el del oído o la vista.

Universidad: Institución de enseñanza superior, que engloba a diversos centros de enseñanza, llamados facultades, escuelas superiores o politécnicas, que imparten las enseñanzas específicas de grado superior de una rama del conocimiento, científica o técnica, y expiden al alumno licenciado el título que lo acredita como tal.

7. DESCRIPCIÓN Y METODOLOGÍA

Estudiar la posibilidad de crear un **Sistema de Audio** en un lugar donde se “convive” y se “comparte” con muchas personas; requiere contar con éstas, para lograr conocer la opinión general de todos aquellos que de una u otra manera, harán parte de este proceso. Para lo anterior, era necesario llegar a dichas personas de forma directa, permitiendo conocer claramente sus opiniones y deseos. Así fue como se escogió *la encuesta y la entrevista*, como mecanismos de obtención de la información requerida, ya que se consideró que así se podría llegar de una manera más “personal” al público objetivo.

Teniendo claro esto se nombrarán a continuación los aspectos que se tuvieron en cuenta en el desarrollo de la presente investigación.

☑ **Bibliografía:** Recopilación documental de autores que se consideraron importantes en este proceso dado su aporte y conocimiento en relación con la radiodifusión y el lenguaje radiofónico, como por ejemplo **Mario Kaplun, Alberto Suárez**, entre otros. De esta forma se logró reforzar el marco cognoscitivo y así brindar argumentos contundentes sobre el porqué es importante y viable crear un sistema de audio en la universidad.

☑ **Encuestas:** Es importante saber la opinión de la comunidad universitaria en cuanto a horarios de emisión, franjas informativas y/o musicales, nivel de **necesidad** que tienen

respecto al sistema, es decir, si verdaderamente lo demandan, entre otros aspectos. Para lograr saber esto y teniendo en cuenta que la población universitaria consta de aproximadamente **7000** estudiantes, se repartieron **700** encuestas aleatoriamente, distribuidas entre estudiantes, docentes, empleados y personal administrativo, con el ánimo de obtener una información más objetiva y opiniones más variadas.

- ☑ **Entrevista:** Se pretende diferenciar los perfiles de los distintos componentes de la comunidad universitaria, con el ánimo de llegar de manera más específica a la opinión de los mismos.

7.1 TIPO DE ESTUDIO

Se trata de un estudio con enfoque empírico analítico pues busca medir, explicar y controlar las respuestas de la audiencia a una propuesta de comunicación.

Como cada vez se rompen más las barreras metodológicas, el tratamiento del presente estudio aborda aspectos exploratorios y descriptivos de la realidad universitaria en la CUAO, para poder acercarse a un diagnóstico sobre la efectividad que podría tener un medio de comunicación, sobre la comunidad Autónoma.

7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se complementó con la herramienta la observación participativa, ya que es por medio de ésta que se complementa la percepción del problema de análisis de una manera detallada y directa con el objeto de estudio

Por último, este proyecto se dividió en dos fases:

- **Fase 1:** Recolección, estudio y análisis de la información. En la cual se realizaron las encuestas, entrevistas y lecturas necesarias para obtener la información requerida.
- **Fase 2:** Diseño del sistema propuesto. Con base en los resultados arrojados por la fase anterior, se diseñó el esquema del sistema de audio teniendo en cuenta las inquietudes y gustos del público objetivo, en este caso, la comunidad universitaria de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente.

8. PRESUPUESTO

MATERIAL

COSTO

Fotocopias	\$ 50.000
Transporte	\$ 150.000
Encuestas	\$ 300.000

9. CRONOGRAMA

TIEMPO 2001 ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Realización de encuestas (Entrega y Recolección)																								
2. Estudio de los resultados obtenidos																								
3. Sistematización de la información																								
4. Diseño del sistema propuesto																								
6. Sustentación del Proyecto																								

10. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

La siguiente encuesta fue realizada con un margen de error del 5%, es decir, con una confiabilidad del 95%. Lo anterior tuvo en cuenta la veracidad de las respuestas, la legibilidad, la sinceridad del público encuestado, y por supuesto, los estándares estadísticos con los que se debe trabajar cualquier encuesta.

ENCUESTA

NOMBRE: _____ SEXO M ___ F ___ EDAD _____

USTED ES: ESTUDIANTE: ___ PROFESOR: ___ EMPLEADO: ___

NIVEL DE ESTUDIOS: BACHILLERATO: ___ PREGRADO: ___ POST GRADO ___ TÉCNICO ___

1) ¿Cuándo está en casa, qué prefiere hacer en su tiempo libre?

- | | | | |
|-------------------|-----|-------------------------|-----|
| a. LEER | ___ | b. VER TELEVISIÓN | ___ |
| c. ESCUCHAR RADIO | ___ | d. NAVEGAR POR INTERNET | ___ |
| e. OTROS | ___ | | |

2) ¿De los medios de comunicación existentes, cual considera usted que se ajusta más en términos de: Cobertura, Economía, Eficacia, y Heterogeneidad?

- | | | | |
|---------------|-----|-------------|-----|
| a. PRENSA | ___ | b. RADIO | ___ |
| c. TELEVISIÓN | ___ | d. INTERNET | ___ |

3) ¿De las siguientes Emisoras Universitarias, conoce usted alguna?

- | | | | |
|---------------------|-----|----------------------|-----|
| a. UNIVALLE ESTÉREO | ___ | b. JAVERIANA ESTÉREO | ___ |
| c. AMBAS | ___ | d. NINGUNA | ___ |

4) ¿Considera usted que la CUAO también podría contar con su propio Sistema de Radio difusión Interno?

- | | | | |
|-------|-----|-------|-----|
| a. SI | ___ | b. NO | ___ |
|-------|-----|-------|-----|

c. PORQUÉ _____

5) ¿Considera usted que en la CUAO se presentan dificultades de comunicación?

- | | | | |
|-------|-----|-------|-----|
| a. SI | ___ | b. NO | ___ |
|-------|-----|-------|-----|

c. PORQUÉ _____

6) ¿De acuerdo a su gusto y a sus necesidades como estudiante, docente, o empleado, cuál considera usted que debería ser la función principal del Sistema de Radio difusión Interno en caso de crearse, asignándole un porcentaje a cada uno, siendo 0% el menor y 100% el mayor?

- | | | | | | |
|----------------|-----|------------|-----|--------------------|-----|
| a. INFORMATIVA | ___ | b. MUSICAL | ___ | c. ENTRETENIMIENTO | ___ |
|----------------|-----|------------|-----|--------------------|-----|

7) ¿Dentro de la franja musical, qué tipo de música le gustaría escuchar?

- | | | | | | |
|--------------------|-------|-------------|-----|--------------|-----|
| a. SALSA | _____ | b. MERENGUE | ___ | c. VALLENATO | ___ |
| d. ROCK EN ESPAÑOL | ___ | e. OTROS | ___ | | |

8) ¿Dentro de la franja informativa, qué tipo de información le gustaría oír?

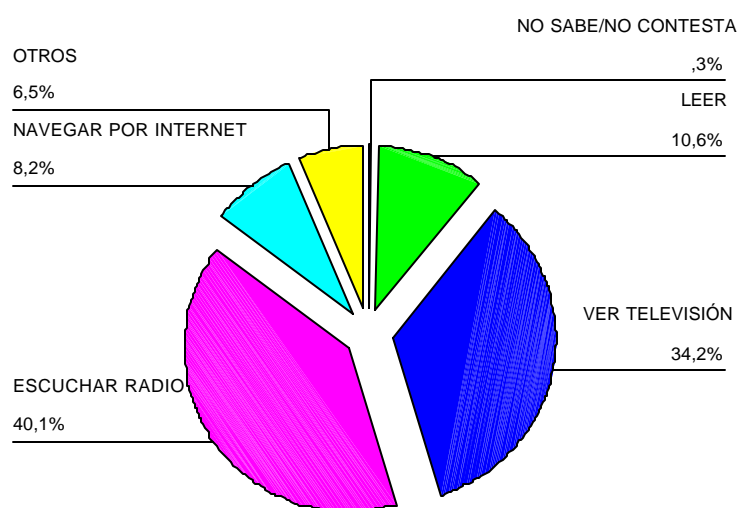
- | | | | |
|-------------------------|-----|------------------------|-----|
| a. NOTICIAS LOCALES | ___ | b. NOTICIAS REGIONALES | ___ |
| c. NOTICIAS INTERNAS | ___ | d. NOTICIAS DEL CAMPUS | ___ |
| e. TODAS LAS ANTERIORES | ___ | | |

9) ¿En que horario le gustaría que funcionara el Sistema de Radio difusión Interno en caso de crearse?

- | | |
|---------------------|-----|
| a. 8:00am / 9:00am | ___ |
| b. 9:30am / 10:30am | ___ |
| c. 11:00am / 12:00m | ___ |

11. GRÁFICOS Y ANÁLISIS

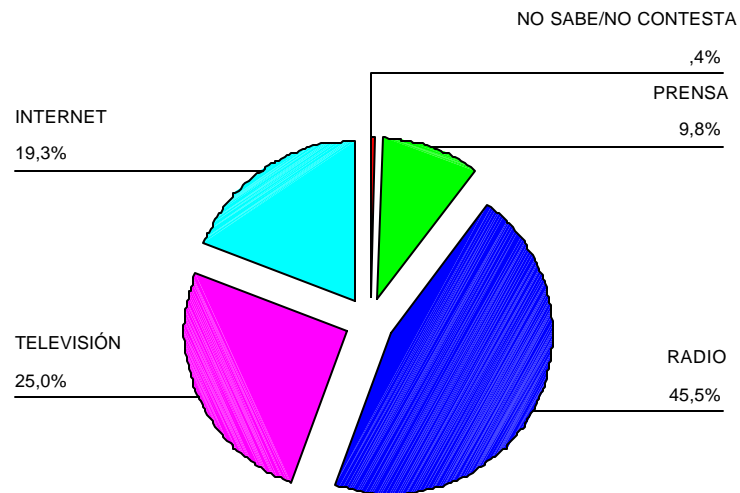
1.) ¿Cuando está en casa, qué prefiere hacer en su tiempo libre?



Aunque la Televisión ocupa un lugar importante en la escala de preferencias, seguida por la Lectura e Internet, la radio va a la cabeza con una diferencia del 6% frente a la Televisión. Esto demuestra que a pesar de las actuales ofertas de comunicación y Nuevas Tecnologías la Radio sigue teniendo gran acogida como actividad de entretenimiento para las personas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	2	,3	,3	,3
	LEER	74	10,6	10,6	10,9
	VER TELEVISIÓN	238	34,2	34,2	45,2
	ESCUCHAR RADIO	279	40,1	40,1	85,3
	NAVEGAR POR INTERNET	57	8,2	8,2	93,5
	OTROS	45	6,5	6,5	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

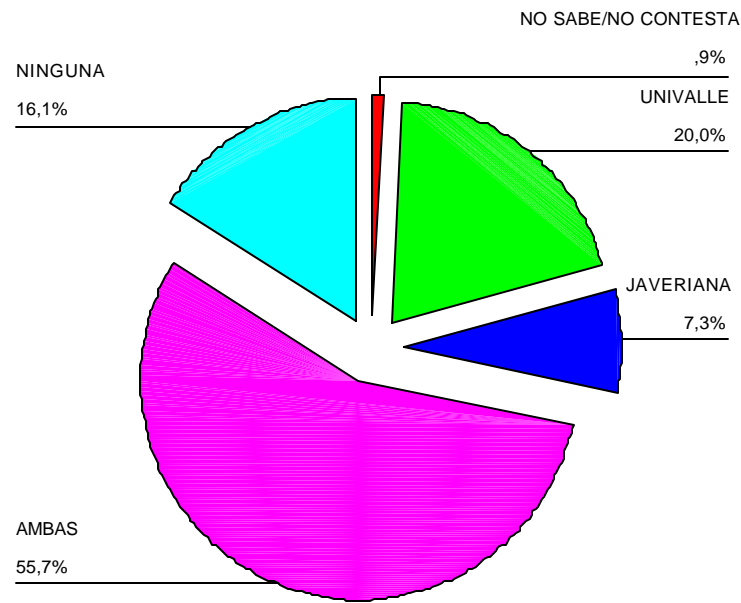
2.) ¿De los medios de comunicación social existentes, cuál considera usted que se ajusta más en términos de: Cobertura, Economía, etc?



En este caso, la radio ocupa el primer puesto con una diferencia del 20.5% frente a la Televisión, la cual está en el segundo lugar, demostrando así las ventajas comparativas que ofrece la radio frente a los otros medios de Comunicación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	3	,4	,4	,4
	PRENSA	68	9,8	9,8	10,2
	RADIO	316	45,5	45,5	55,7
	TELEVISIÓN	174	25,0	25,0	80,7
	INTERNET	134	19,3	19,3	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

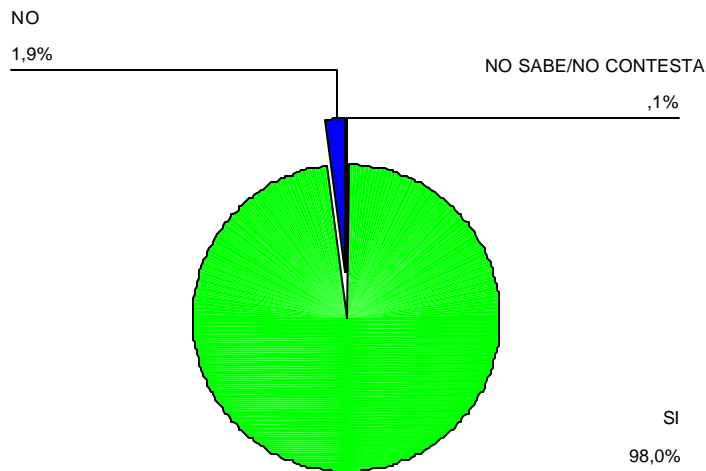
3.) ¿De las siguientes Emisoras Universitarias, conoce usted alguna?



Según las respuestas, el 83% de la población encuestada conoce o ha escuchado alguna de estas emisoras universitarias, lo que demuestra un reconocimiento sobre la oferta radiofónica universitaria en nuestro medio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	6	,9	,9	,9
	UNIVALLE	139	20,0	20,0	20,9
	JAVERIANA	51	7,3	7,3	28,2
	AMBAS	387	55,7	55,7	83,9
	NINGUNA	112	16,1	16,1	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

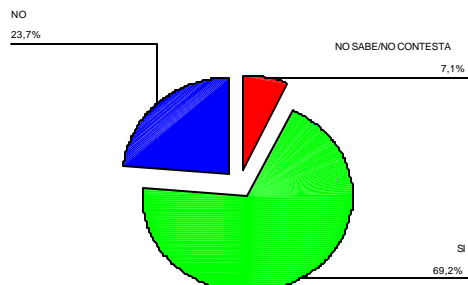
4.) ¿Considera usted que la CUAO también podría contar con su propio Sistema de Radiodifusión Interno?



Considerando que el público encuestado contestó mayoritariamente a favor de la Radio como medio de comunicación útil a la CUAO, la presente pregunta, muestra el interés por la creación de un medio de comunicación sonoro en esta universidad, con un favoritismo del 98.0%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	1	,1	,1	,1
	SI	681	98,0	98,0	98,1
	NO	13	1,9	1,9	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

5.) ¿Considera usted que en la CUAO se presentan dificultades de comunicación?



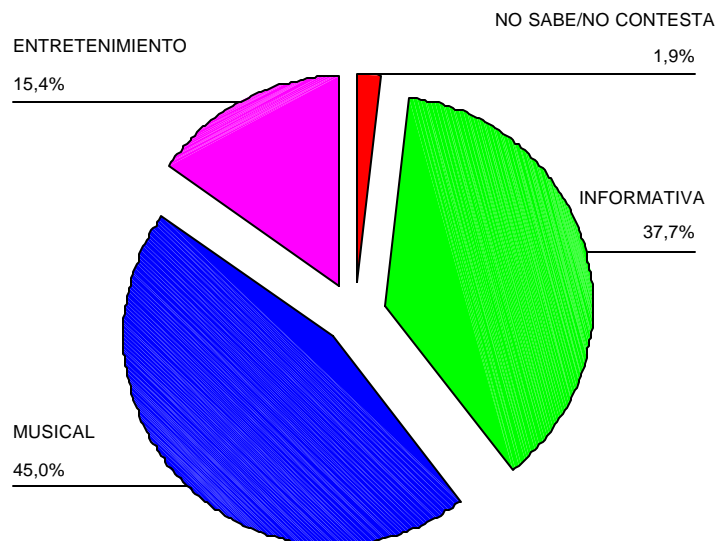
Aunque la pregunta resulta un poco ambigua según el criterio del personal encuestado y algunos asesores, un 69,2% de la población, está convencida de que en la Universidad existen varios problemas de comunicación como lo son por ejemplo, la demora a la hora de comunicar algún evento, o la inasistencia a los mismos por el desconocimiento parcial o general.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	49	7,1	7,1	7,1
	SI	481	69,2	69,2	76,3
	NO	165	23,7	23,7	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

PROFECCIÓN Vs PREGUNTA # 5.

Count		QUINT			Total
		NO CONTEST	SI	NO	
PROFESIO	ESTUDIAN	46	300	113	459
	PROFESO	1	93	24	118
	EMPLEAD	2	88	28	118
Total		49	481	165	695

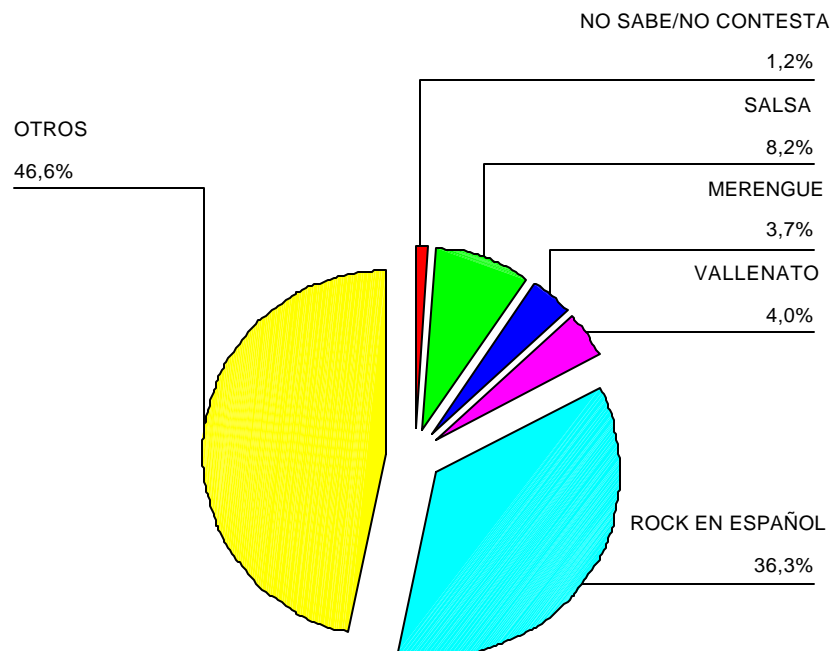
6.) ¿De acuerdo con su gusto y sus necesidades como estudiante, docente, o empleado, cuál considera usted que debería ser la función principal del Sistema de Radiodifusión Interno en caso de crearse, asignándole un porcentaje a cada uno, siendo 0% el menor y 100% el mayor?



De acuerdo al público encuestado, el 45,0% responde a favor de la música como parte fundamental de la programación del Sistema de Radio en caso de crearse. Cabe destacar que estos porcentajes de preferencia en contenidos coinciden con los que la radio comercial otorga a sus espacios, como formula para mantener la audiencia y hacer una propuesta auditiva amena. Lo anterior coincide con la estructura tradicional de la radio comercial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	13	1,9	1,9	1,9
	INFORMATIVA	262	37,7	37,7	39,6
	MUSICAL	313	45,0	45,0	84,6
	ENTRETENIMIENTO	107	15,4	15,4	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

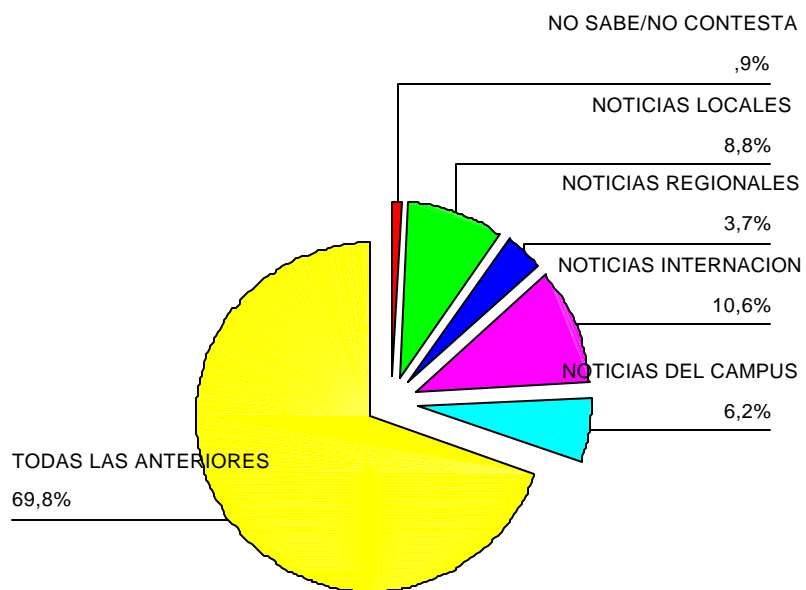
7.) ¿Dentro de la franja musical, qué tipo de música le gustaría escuchar?



Basándose en el favoritismo dado a la música en la respuesta anterior, en esta, el Rock en Español ocupa un lugar importante con un 36,3%; aunque la variedad musical lidera con el 46,6% encerrando en esta, otros géneros que no están especificados en la muestra.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	8	1,2	1,2	1,2
	SALSA	57	8,2	8,2	9,4
	MERENGUE	26	3,7	3,7	13,1
	VALLENATO	28	4,0	4,0	17,1
	ROCK EN ESPAÑOL	252	36,3	36,3	53,4
	OTROS	324	46,6	46,6	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

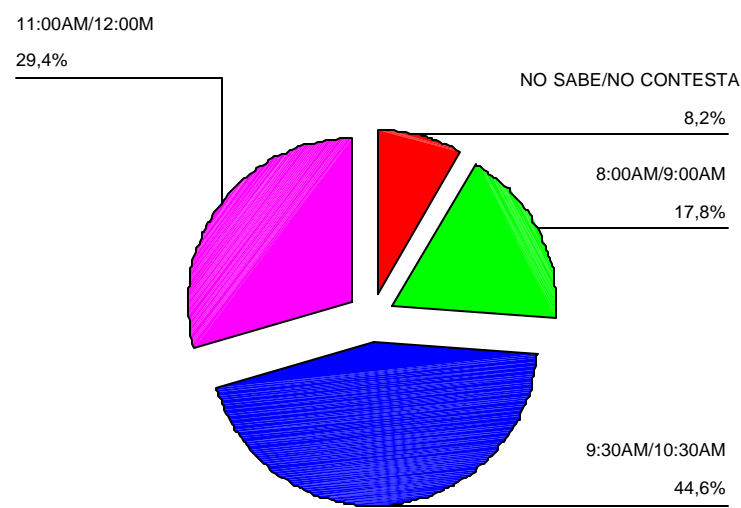
8.) ¿Dentro de la franja informativa, qué tipo de información le gustaría escuchar?



De acuerdo a las respuestas, el 69,8% del personal encuestado, le gustaría estar informado de todo tipo de noticias, que vayan desde lo local hasta lo internacional.

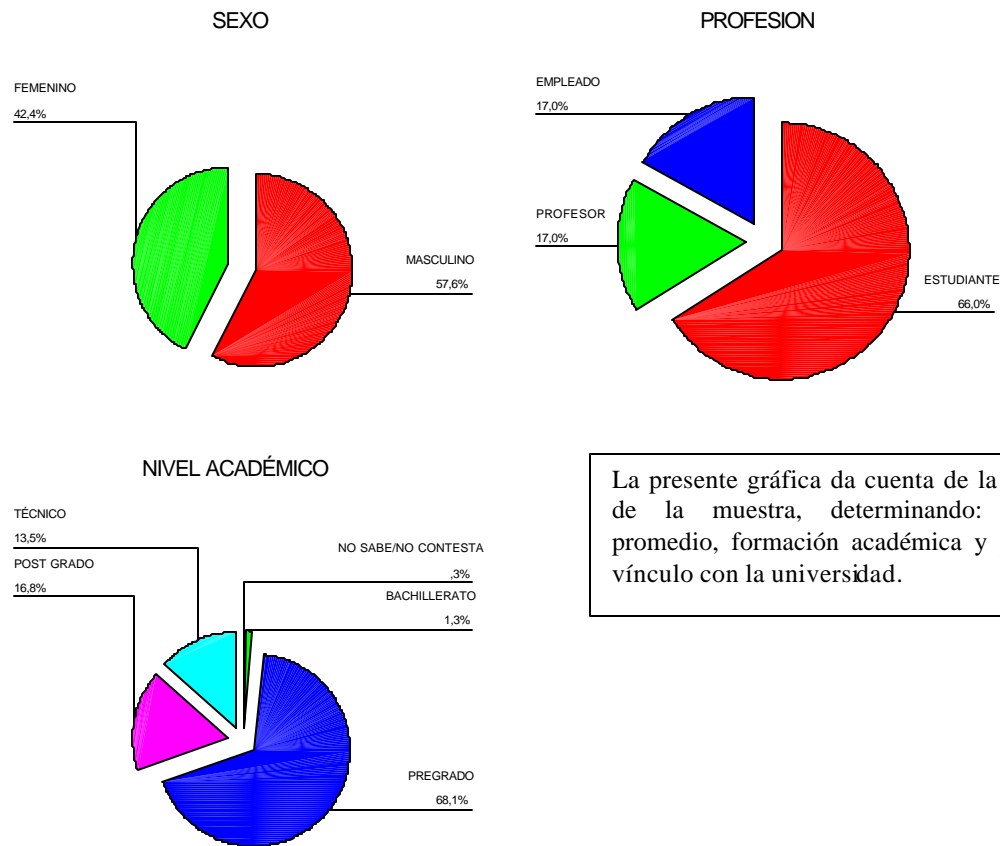
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	6	,9	,9	,9
	NOTICIAS LOCALES	61	8,8	8,8	9,6
	NOTICIAS REGIONALES	26	3,7	3,7	13,4
	NOTICIAS INTERNACIONALES	74	10,6	10,6	24,0
	NOTICIAS DEL CAMPUS	43	6,2	6,2	30,2
	TODAS LAS ANTERIORES	485	69,8	69,8	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

9.) ¿En qué horario le gustaría que funcionara el Sistema de Radiodifusión Interno en caso de crearse?



Esto demuestra la hora en que a (estudiantes, profesores, y empleados) les gustaría que funcionara el Sistema de Audio, siendo la franja de las 9:30am /10:30am, la mejor hora de funcionamiento según el público encuestado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	57	8,2	8,2	8,2
	8:00AM/9:00AM	124	17,8	17,8	26,0
	9:30AM/10:30AM	310	44,6	44,6	70,6
	11:00AM/12:00M	204	29,4	29,4	100,0
	Total	695	100,0	100,0	



SEXO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	MASCULINO	400	57,6	57,6	57,6
	FEMENINO	295	42,4	42,4	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

PROFESION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	ESTUDIANTE	459	66,0	66,0	66,0
	PROFESOR	118	17,0	17,0	83,0
	EMPLEADO	118	17,0	17,0	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

ESTUDIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO SABE/NO CONTESTA	2	,3	,3	,3
	BACHILLERATO	9	1,3	1,3	1,6
	PREGRADO	473	68,1	68,1	69,6
	POST GRADO	117	16,8	16,8	86,5
	TÉCNICO	94	13,5	13,5	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	NO CONTESTA	5	,7	,7	,7
	14	1	,1	,1	,9
	16	1	,1	,1	1,0
	17	27	3,9	3,9	4,9
	18	51	7,3	7,3	12,2
	19	77	11,1	11,1	23,3
	20	84	12,1	12,1	35,4
	21	64	9,2	9,2	44,6
	22	64	9,2	9,2	53,8
	23	44	6,3	6,3	60,1
	24	26	3,7	3,7	63,9
	25	15	2,2	2,2	66,0
	26	10	1,4	1,4	67,5
	27	22	3,2	3,2	70,6
	28	15	2,2	2,2	72,8
	29	28	4,0	4,0	76,8
	30	20	2,9	2,9	79,7
	31	15	2,2	2,2	81,9
	32	14	2,0	2,0	83,9
	33	11	1,6	1,6	85,5
	34	10	1,4	1,4	86,9
	35	3	,4	,4	87,3
	36	7	1,0	1,0	88,3
	37	10	1,4	1,4	89,8
	38	10	1,4	1,4	91,2
	39	9	1,3	1,3	92,5
	40	16	2,3	2,3	94,8
	41	4	,6	,6	95,4
	42	7	1,0	1,0	96,4
	43	6	,9	,9	97,3
	44	4	,6	,6	97,8
	45	3	,4	,4	98,3
	46	3	,4	,4	98,7
	47	2	,3	,3	99,0
	49	1	,1	,1	99,1
	50	2	,3	,3	99,4
	54	1	,1	,1	99,6
	56	2	,3	,3	99,9
	64	1	,1	,1	100,0
	Total	695	100,0	100,0	

12. PROPUESTA DE DISEÑO

Con base en los resultados arrojados por la encuesta en las preguntas referentes a los diferentes gustos: (musical, informativo y de entretenimiento.) se realizó la siguiente propuesta de diseño para la programación del Sistema de Audio Interno Sistema Dos.

Horario de Emisión: 9:30 a.m. - 10:30 a.m.

Bloques:

- ✓ **Musical:** De acuerdo con el favoritismo dado hacia la música en los resultados de la encuesta, se realizará la programación musical con intervalos de 15 minutos, en los cuales se emitirá música variada con el ánimo de suplir todos los gustos musicales; sin dejar de lado el Rock en español el cual fue escogido como favorito dentro de los géneros estipulados en la encuesta.

- ✓ **Informativo:** Estará presente dentro de la programación con un intervalo de 15 minutos, en el cual se emitirán noticias locales, regionales e internacionales, con el ánimo de abarcar todos los gustos y de mantener al Campus actualizado con emisión de bloques informativos a lo largo de la programación.

- ✓ **Evaluación:** Se realizarán consultas semestrales entre la Comunidad Universitaria para conocer si la programación se ajusta a los objetivos propuestos para el Sistema de Audio Interno.

- ✓ **Ubicación:** Acorde con los reglamentos estipulados por la Universidad Autónoma, el Sistema de Audio Interno, sería escuchado en inmediaciones de la cafetería principal; lo anterior implica que se manejarán bloques informativos y musicales, que permitan desarrollar cualquier actividad mientras se escucha la programación del sistema.

Especificación de los Bloques:

1. Como se dijo anteriormente, los bloques tendrán una duración aproximada de 15 minutos de emisión cada uno.

2. Para el manejo de la información, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:
 - ✓ Uso de herramientas como Internet, ya que el Sistema de Audio estará dotado de una computadora con acceso a ésta, con ello, se logrará tener información inmediata y relevante sobre los temas de interés bien sean locales, nacionales o internacionales.

 - ✓ Para cubrir las noticias del campus, se podría formar un equipo de trabajo en apoyo con los profesores del área de radio, es decir, vincular a estudiantes que quieran realizar sus trabajos para posteriormente hacerlos públicos en el Sistema de Audio, esto servirá de incentivo académico para que los estudiantes se motiven a realizar sus propios trabajos.

✓ Para la emisión de noticias de interés general dentro del campus, es decir, eventos, conferencias, visitas entre otros, se trabajará en equipo con las diferentes dependencias de la Universidad. Esto permitirá vincular no solo a los estudiantes, sino también al personal que labora en la CUAO. Por medio de herramientas como los boletines, el correo interno, o hasta el intranet, se logrará cumplir este objetivo.

✓ El personal que requiere el Sistema de Audio Interno, es el siguiente:

1. Un coordinador operativo el cual se encargará de la programación habitual del Sistema de Audio. Éste juega un papel importante ya que es él o ella quien se convertirá en la cabeza del Sistema de Audio, es decir, quien guiará y responderá por el buen funcionamiento del mismo. La elección de esta persona, se hará por medio de una convocatoria a todos aquellos que tengan conocimiento en el área para finalmente escoger por votación. Se recomienda que esta persona sea un profesional en el área, bien sea profesor o administrativo.
2. Un productor, el cual se encargará de la realización de los esquemas de emisión que se vallan a manejar, es decir, si son promociones (esto, si la Universidad lo permite), encargarse de buscar los patrocinios; y por otro lado, la realización de los espacios informativos y musicales. La elección de esta persona se hará de igual forma que la anterior.
3. Un operador, el cual estará encargado del funcionamiento técnico del Sistema de Audio, es decir, velar por que los equipos se mantengan en buen estado, además de ser el

encargado del manejo de los mismos. La elección se hará de la misma manera que los demás.

4. Mesa directiva, conformada por un representante del área administrativa de la CUAO, por una representante estudiantil, por el coordinador operativo y un representante de las personas (no administrativas) que laboren en la universidad. Lo anterior con el fin de establecer un criterio de emisión en donde se seleccionarán los temas que posteriormente se emitirán durante la programación, además de velar por un correcto funcionamiento no solo operativo sino también de contenido.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a las investigaciones realizadas, se concluye lo siguiente:

- La creación de un medio de comunicación sonoro en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, serviría de apoyo a los diferentes medios informativos existentes en el Campus (carteleras, fotocopias, revistas, entre otros.), permitiendo hacia éstos una retroalimentación de la comunidad a la cual va dirigida la información.
- Según los resultados de la encuesta, la Autónoma posee problemas de comunicación entre sus estamentos, y el Sistema de Audio Interno, se presenta como una posible vía de solución a este problema.
- La existencia de un sistema de audio interno permite el diseño de una propuesta radiofónica, mediante la cual se lograría el cumplimiento de los objetivos propuestos en este Proyecto.
- El escaso sentido de pertenencia de la comunidad CUAO es un problema que podría tener solución paulatina mediante el mejoramiento de la comunicación que se facilitaría por la cristalización del presente proyecto en el medio.
- El Sistema de Audio Interno pretende mezclar el aspecto informativo, de comunicación y de participación, con el musical y el de entretenimiento, para presentarlo de una manera ágil y agradable.

- Pese a la edad de casi la mitad de los entrevistados, la mayoría de ellos votaron a favor de una propuesta radiofónica que ponga al aire contenidos musicales (45%), informativos (37.7%) y de entretenimiento (15.4%) siguiendo los estándares de producción de la radio comercial tradicional.
- La juventud de la muestra marca una tendencia en el gusto por la música moderna (Rock en Español 36.3%), aunque lo supera una población que prefiere combinar diversos géneros musicales (46.6%).
- Aunque la encuesta se aplica en el Campus Universitario, a personal de la comunidad académica, los encuestados responden más a favor de la transmisión de noticias internacionales (10.6%) y locales (8.8%), que a las generadas en el Campus (6.2%).
- Se recomienda para orden y agilidad, que las intervenciones de la comunidad a través del Sistema de Audio Interno, se realicen por parte de los representantes de los grupos existentes. En caso de no pertenecer a uno de estos grupos, se difundirá la información por parte de este medio y de los otros existentes, la dependencia o la persona a la que deben acudir, dependiendo de su posición, para lograr ser parte de uno de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

DE LA TORRE, Asdrúbal. Educación. En: Revista Chasqui No. 49. (Octubre, 1994); p15.

DICCIONARIO PLANETA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Santa Fe de Bogotá: Editorial Planeta, 507 p.

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO PLANETA. España. Editorial Planeta, 1984. Tomos 8, 9 y 10.

KAPLÚN Mario. Producción de Programas Radiofónicos. Quito. CIESPAL, 1984.

MARTÍNEZ Hernández, Licidad. Usuarios de Información en bibliotecas universitarias, especializadas y centros de documentación. Universidad del Quindío 1995.

PRIETO, Daniel. El mensaje y su Apropiación. Santa Fe de Bogotá. Editorial Planeta. 1990 Pág. 10

SÁNCHEZ, Pérez José F. Área de Problemas en la radio educativa. En: Revista Chasqui No. 10. (Octubre, 1972); p13.

SUÁREZ, Alberto. Periodismo Interactivo: Enciclopedia de Autoformación Radiofónica, Radio Nederland. Argentina: Editorial Abadengo, 1987. Pág. 11-70

VINICIO Escalante, Marco. Comunicación Radiofónica. Madrid España. Editorial Belén, 1986. 380p

ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTAS

- ✓ Entrevista realizada a Víctor Peña, egresado de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente y seguidor del proyecto Frecuencia Zero:

Víctor Peña, usted fue el iniciador del proyecto Frecuencia Zero, ¿qué buscaban ustedes con este proyecto y por qué razón nace Frecuencia Zero dentro de la Autónoma?

R/ Bueno a ver, yo primero quería anotar que Frecuencia Zero no nace a partir de la propuesta que yo hago inicialmente, sino que se retoma el nombre que traía un experimento que se empezó a hacer con los estudiantes de radio, desde el momento en que yo lo hice en el año 98 más o menos. El experimento se hizo en el 93-94; lo que nosotros pretendíamos era darle continuidad al trabajo que se venía haciendo con Frecuencia Zero cuando se inició en el año 94. La principal razón del porqué nosotros retomamos este proyecto, era trabajar en la parte de la comunicación a nivel de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente, ¿por qué? Porque nosotros evaluando las condiciones de los medios de comunicación que utiliza la universidad para entregar toda la información que requieren los estudiantes, nos dimos cuenta de que el único medio que tiene la universidad para transmitir información rápida, digamos eficiente y que sea pertinente en el momento en que se necesita que esta información llegue a los estudiantes, es por medio de los impresos,

resulta que llevamos un legado de impresos desde hace más de 10 años que lleva la facultad de comunicación funcionando y esto lo único que nos ha traído es una sobrecarga de información en las carteleras que se tienen en la cafetería. Por tal motivo nos dimos cuenta de que la gente no lee bs impresos, la gente prefiere limpiar la mesa con ellas, o lo guarda para anotar cosas, o lo vuelve una libretita. Pero las carteleras que se utilizan en la universidad y los elementos visuales que se están utilizando para comunicar, pues realmente no es que no sirvan sino que ya no dan a basto para las necesidades masivas de comunicación que tiene la universidad. Entonces por esto nosotros vemos que la parte digamos logística, la universidad contaba con unos equipos mínimos que nos permitían empezar a generar una frecuencia; digamos que nuestra intención al principio fue simplemente solicitar la aprobación para salir al aire. En qué sentido. En el sentido que nosotros necesitamos crear el medio para después irlo transformando a medida que fuera generando el trabajo. Pero nosotros creíamos en algo muy importante y era que el desgaste tenía que hacerse en la dos partes, primero tanto práctica en la parte digamos de hacer, tanto como en la parte teórica o de investigación. Los requerimientos que solicitaba la universidad eran exhaustivos al principio en la parte teórica y a partir de ahí se justificaba o no el éxito de la parte práctica, yo creo que eso fue uno de los factores, por qué?, porque de todos modos la universidad cada vez que va a dar un paso en cuanto a proyectos, digámoslo así, mira todas las características y se requiere de que teóricamente el proyecto esté adecuado a las necesidades institucionales y a los requerimientos institucionales que debía tener la emisora, entonces se nos empezaron a plantear interrogantes cómo: si la emisora iba a ser educativa, o comercial o qué perfil iba a tener, cómo políticamente se iba a manejar la emisora, con qué razón, con el motivo que no fuera a chocar con los intereses institucionales que la universidad tenía en este proyecto. El primer punto fue ese, nosotros

básicamente lo que quisimos era salir al aire, ¿por qué? porque nosotros consideramos que si había información que los estudiantes necesitaran, si había forma de motivar a los estudiantes para que llegaran por ejemplo a acceder a los programas extracurriculares como eran los culturales, los de pintura, toda la parte de bienestar universitaria; se estaba viendo que los estudiantes en esta parte no tenían una mayor participación y además de eso la motivación que ellos tienen para ir era muy poca, es decir, nosotros contamos con alrededor de unos ocho mil estudiantes y de éstos estaban participando en dichas actividades alrededor de unos 200 es decir, la cifra no era realmente representativa, entonces nosotros queríamos demostrar que un medio que podía llegar rápidamente a los estudiantes, que poseía la inmediatez es decir, que no tenía que pasar por ningún proceso de diseño y de impresión que normalmente tardan una semana, nosotros podíamos llegar a gran parte de la población estudiantil en el mismo momento en que sucedían los hechos; es decir, la diferencia de inmediatez que tiene un medio como el impreso con respecto a un medio como el radial, que como nosotros lo planteábamos no era una emisora sino un circuito cerrado de audio, entonces yo creo que el proyecto de nosotros llegó hasta ahí, hasta el hecho de ya crear un proyecto que estuviera equitativo en las dos partes tanto en la parte teórica como en la parte práctica. Independientemente de esto y lo digo por experiencia porque en este momento la práctica que yo hice fue en mi propia organización y me enfrenté durante este proyecto a unas circunstancias muy parecidas a las que encontré en el proyecto de radio y cuál fue, que existen puntos de vista de las personas que evalúan estos proyectos que pueden estar a favor como pueden estar en contra, pero de la misma forma la gente que está en contra del proyecto está digamos constantemente buscando cosas para no digamos ponerle trabas sino de intentar justificar más profundamente el proyecto es decir, cuando para esos evaluadores las cosas no están claras según sus criterios, entonces ellos

buscan la manera de que quede clara para ellos, de la misma forma hay otros evaluadores que están de acuerdo pero entonces es muy difícil que estas personas se pongan en un concepto general ¿por qué?, porque si nosotros nos ponemos a ver en la parte de radio en la universidad, nosotros tenemos profesores que están trabajando actualmente en los medios pero no todos tienen la continuidad y están metidos digamos dentro de las propuestas radiales que se están moviendo a nivel mundial como son la radio comunitaria, los circuitos cerrados de audio que no necesariamente tienen que ser grandes inversiones ni tienen que tener una sustentación tan profunda sino que se entra a trabajar directamente con la comunidad, entonces yo creo que el proyecto, algo interesante que tuvo fue que motivó y demostró el porqué era necesario una emisora, sin embargo dado digamos el poco tiempo que nosotros teníamos para desarrollar teóricamente el proyecto, no fue lo suficientemente amplio para justificar las circunstancias que los profesores y la gente que nos estaba evaluando el proyecto necesitaba, yo creo que a partir de aquí ese es el escollo a nivel funcional que podía tener el proyecto y era de que nosotros estábamos más a favor de iniciar el proyecto y a medida de que esto fuera funcionando en la compañía de los veedores irlo transformando; la idea de la universidad era tenerlo listo primero en el papel, que fuera aprobado en todas las instancias y después si echarlo a andar, entonces yo creo que allí hubo como una pequeña diferencia de conceptos pues básicamente lo que sucedió es que yo en ese momento estaba trabajando con dos proyectos y realmente para mí como estudiante fue muy difícil encargarme de las dos cosas y dirigir los dos proyectos al mismo tiempo, pues realmente necesitaba dedicarle tiempo a uno para poder sacarlo adelante entonces se tomó la determinación, yo tomé la determinación de parar el proyecto de radio y continuar con el proyecto de televisión que tengo actualmente.

- ✓ Entrevista realizada a Maira Martelo, profesora e investigadora de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente:

Háblenos de la investigación que realizó sobre identidad en la Universidad Autónoma de Occidente.

R- Bueno, la investigación se llamó en “Busca de lo que Somos”, y fue un estudio sobre las identidades culturales de los estudiantes de la autónoma; su objetivo era reconocer de qué manera construyen sus relaciones de identidad los estudiantes que pertenecen a ésta institución.

¿Qué papel jugó la comunicación en esta investigación?

R- Fue fundamental porque parte de la estrategia metodológica fue sentarse a conversar con la gente, sentarse a conversar y confrontar las miradas de personas que usualmente no pasan de un saludo en la universidad. Entonces dentro de lo metodológico se trabajo con grupos focales que en ese caso no simplemente fue una herramienta de recolección de información, sino también una estrategia metodológica estaba pensado, que se pudiera sentar un guarda con un directivo, con una secretaria, y con personas que como te digo, normalmente no interactúan en la universidad. En cambio en ese contexto fue posible. Al final fue un proceso de comunicación donde se reivindica el diálogo fundamentalmente.

¿Se desconocen muchas actividades que se realizan en la universidad?

R- Eso está relacionado con otro cuento, pero si los estudiantes siguen diciendo en muchos casos incluso quienes pertenecen a los grupos deportivos o culturales, insisten que se conocen muy poco sobre lo que ellos hacen. Sin embargo, en la investigación se pudo confrontar que la universidad hace un esfuerzo por lo menos informativo para llegarles a

los estudiantes, lo que pasa es como no se sabe quiénes son los estudiantes entonces esos esfuerzos son errados, sí porque entonces yo supongo que los estudiantes leen las carteleras y supongo con que hacerles diez mil volantes ellos se van a enterar, pero a lo mejor el estudiante no necesita eso, sino que parte de su estructuración como persona está ligada con otro tipo de lenguaje, que no es necesariamente el lenguaje escrito. Entonces uno encuentra es que la universidad de alguna manera sigue diciendo, a pero yo lo puse en la cartelera, pero el estudiante responde que nunca está informado de lo que sucede.

¿Un sistema de audio interno serviría como canal de participación?

R- Si, aunque eso depende en que condiciones se pueda crear ese canal y cuáles sean esas reglas de fuego. Porque si el canal lo sigue controlando la universidad va a pasar exactamente lo mismo que con los otros medios, es decir la universidad tiene un noticiero, tiene un magazín audiovisual, con lo que no sucede mucho, por lo menos no he visto ninguna evaluación que diga con rigurosidad qué pasa con eso. Si los estudiantes lo reciben, cómo lo reciben, no hay información clara al respecto. Entonces puede ser que sea un canal que sea aprovechado por los estudiantes, pero eso depende de las políticas de la universidad, igual puedes crear el canal de audio y que termine pasando lo mismo que pasa con la revista.

- ✓ Entrevista realizada a Rodolfo Gómez profesor de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente

Háblenos del sistema de audio interno de la Universidad Javeriana.

R- Este es un sistema que crearon unos chicos pilosos del sector cultural como una necesidad de establecer internamente un canal, un vehículo de comunicación, la verdad sin

mayores estudios previos de factibilidad, ellos buscaban un espacio de expresión, era claro, contaron con el apoyo de la gente de audiovisuales y la vice- rectoría, y le dieron una dotación básica y unos equipos que a través de un sistema de amplificación que estaba ubicado en el kiosco de la cafetería pues ellos lograron que esto funcionara, y lo llamaron Javeriana Estéreo hasta que llegó la emisora que monté, y a partir de ese momento comenzó a llamarse Frecuencia Javeriana. No había unos criterios muy claros, la verdad no tuve mucha ingerencia porque al comienzo se hirieron algunas susceptibilidades, porque los chicos trabajaron este proyecto pensando que ellos serían necesariamente las personas que trabajarían en la emisora, y esto no fue así. Yo trabaje con el respaldo de la universidad pero con unos criterios radiofónicos. Era una emisora interna en donde los estudiantes tenían la posibilidad de colocar una música, que en la mayoría de los casos era de ellos, y programar unos espacios en donde ellos hablaban de unas actividades de la universidad.

¿Son muy altos los costos que se utilizan para el sistema de audio interno?

R- Los precios no son tan altos, la dotación es básica, evidentemente hoy en día se monta una emisora de cualquier tipo con un computador y un sistema digital de audio. Pero este sistema tenía equipos análogos, y básicos, había dos Cds, un par de micrófonos, una pequeña cabina de locución de una aislamiento mínimo y una consola y unos parlantes que estaban en espacios específicos.

¿La universidad autónoma puede contar con un sistema de audio interno?

R- yo creo que si, yo siento que de todas maneras estamos en una era en que la fascinación de la imagen le roba mucho a lo auditivo, pero yo sigo creyendo independientemente de mi formación radiofónica que el audio tiene magia, permite soñar, nos permite terminar el resto de la historia porque no de primera todo. Yo creo que sí, porque permite trabajar con unos criterios básicos de programación sonora de radio, y también para tener un espacio y un canal más efectivo, más instantáneo para mensajes institucionales y de interés para toda la comunidad.

- ✓ Entrevista realizada a Luis Fernando Ronderos, profesor y directivo de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente:

¿Considera usted que existen problemas internos de comunicación en la CUAO?

R- Antes de hablar de un planteamiento de si existe un problema de comunicación, tendría que decir, que permanente las organizaciones educativas que tienen una población de más o menos 9.000 personas, tienen que procurar que la información sea ágil. Nunca creo yo que se llega a un punto muy modulo de flujo de información, porque permanente al interior de las organizaciones el flujo de información tiene una cantidad de variables, entonces pueda que uno pueda fallar hoy, o mañana pueda ser efectivo, al otro día se pueda enterar de un evento. Lo que yo siento es que es un proceso de maduración permanente en el que siempre hay posibilidad de mejorar los flujos de información. Lo que me parece clave es determinar que los mecanismos de información y los medios por los cuales se está informando a la gente sean más eficaces. Yo creo que en ese sentido, y si hace cincuenta años en las organizaciones se pegaban todas en las carteleras y se mandaban las cartas, hoy en día hay

nuevos medios, por ejemplo Intranet un sistema de información muy efectivo, incluso de administración, este medio se convierte en un soporte, es un Internet interno que garantiza la información con flujo muy dinámico y eficaz. Nosotros en este momento estamos en el desarrollo de un proyecto de plataforma tecnológica y del sistema integrado de información que nos llevará a Intranet. Ahora qué pasa en una comunidad dónde se cuenta con 8.000 estudiantes, que esa cantidad no tiene un computador y no tiene una oficina, por lo tanto hay que ver con que se informa a esa comunidad, al pensar cual sería la tendencia del flujo de la información al interior de una organización como esta.

¿Teniendo en cuenta la respuesta, considera usted viable la instalación de un sistema de audio interno que sirva de apoyo tanto a los mecanismos de comunicación ya existentes como un nuevo mecanismo de información dentro de la Autónoma?

A ver Andrés; yo más que decirte que me parece bien o mal, me parece que hoy en día las organizaciones tienen que mirar un poco las nuevas tendencias, y si hace 50 años en las organizaciones se pegaba todo en las carteleras y se mandaban cartas por ejemplo, hoy en día uno escucha que "Intranet" es un sistema de transmisión de información muy efectivo, las organizaciones informales muestran mejor; Intranet se convierte en un soporte, es un Internet interno, al interior de una organización, que garantiza por ejemplo, la información con un flujo muy dinámico y eficaz; el correo se vuelve electrónico, desaparecen las cartas, desaparecen las carteleras; nosotros estamos en este momento en un desarrollo de un proyecto de plataforma tecnológica y de sistema integrado de información que nos llevará a Intranet, entonces uno llega, se sienta en el computador a las 8:00 a.m. y cuando lo prende

le salen ahí todos los mensajes de información de conferencias, de actividades, de citas, le manejan la agenda a uno, las personas que uno determine, por lo tanto se da, administrativamente, un flujo de información efectiva.

¿Qué pasa en una comunidad donde hay 8.000 estudiantes?, que esos 8.000 no tienen computador y no llegan a una oficina, por lo tanto hay que ver cómo se informa a la comunidad.

Al pensar entonces en cuál sería la tendencia del flujo de la información al interior de una organización como ésta, pensar en nuevos medios exige pensar no en nuevos medios de la radio, nuevos medios de alternativa de flujo de información; entonces lo que es la emisora, lo que es un sistema de televisión interno, un circuito cerrado, Internet o Intranet para estudiantes, un portal, algo como lo que llaman los kioscos multimedia que son kioscos informativos en los cuales tú consultas las agendas de las actividades, los foros y demás; entonces yo por supuesto que veo con buenos ojos la posibilidad de hacer algo así lo que pasa es que no es solamente llegar a un medio aquí estamos planteando una emisora como solución, habría que hacer un diagnóstico que nos permita determinar cuáles son los problemas de información; en la medida en que sabemos que hay unos problemas de información tratemos de mirar si esos problemas se pueden solucionar con qué medios, tú vez que en las playas de Miami, pasa una avioneta con un aviso que dice: hoy concierto en la arena de no sé qué de la Florida de tal y uno ve que es un problema de solucionar información con una avioneta, a lo mejor ahí Internet no sirve, un canal de televisión no sirve, entonces uno diría cuál el medio para solucionar esos problemas, veo que hay que mirar los nuevos medios y una posibilidad sería una emisora a lo mejor sí, ¿una emisora

interna? A lo mejor sí, Musicar tiene implementado un sistema que es institucional en el que ponen música ambiental y cuando quiera dar información dicen vea que salgan que van a hacer un simulacro de temblor; hay otras organizaciones que se han metido en el tema de hacer una emisora, hay que mirar si es musical, si es informativa, determinar los gustos de la gente, saber en qué momento, la pertinencia del canal, hay una cantidad de implicaciones que no están determinando que sea ese el medio o no; sino si es la estrategia comunicativa de los problemas puntuales de información, entonces si tú lo haces por información habría que mirarlo, si lo haces por recreación habría que mirarlo, cuál es el objetivo, si la idea es que la gente oiga música mientras está después del almuerzo en una sala pues entonces monta una sala, la gente almuerza y oye música clásica bueno, pero si quieres hacerlo el viernes a las 8 de la noche en la cafetería cuando la gente está con ánimo como de salir a rumbar a lo mejor uno pone un merengue o un vallenato y a lo mejor también lo logra, pero es informar, es recrear, sería un poco lo que hay que ver, más un poco la estrategia comunicativa que el medio mismo como solución al problema de desinformación.

Anteriormente, bueno eso ya hace un tiempito, usted hablaba que, porque usted tenía también un proyecto televisivo pensado; usted hablaba de la posibilidad de fusionar estos dos medios como un mecanismo de información llamémosle eficaz aunque sin querer desmeritar los otros mecanismos de información que hay en la Autónoma; ¿Cómo haría su planteamiento en cuanto a esa fusión de unir radio y televisión en pro de un mismo objetivo?

Ok, habría que hacer dos precisiones ahí Andrés que me parecen claras desde el punto de vista tecnológico: lo que nosotros estamos llamando radio y televisión es por el referente de

utilizar el medio audiovisual o el auditivo no más, o sea el sonido o la imagen con sonido; si usamos en términos técnicos el concepto de televisión aquí no estamos ni pasando por un transmisor y si usamos el de radio tampoco es un transmisor que manda y distribuye por una frecuencia de radio AM que todo el mundo tenga un radio y nos oiga, aquí lo que estamos planteando es la integración de algunos medios para que por un soporte bien sea video, bien sea la cinta magnética se pueda hacer una emisión de información por ahí, por lo tanto, más que plantear la solución desde radio y televisión habría que pensar si existe al interior de la Universidad la posibilidad de integrar en un sistema alternativo nuevo, diferente a lo que hemos venido haciendo la información de la Autónoma, me parece que tiene sentido, cómo integraría yo, y por eso estamos mirando, yo tengo la idea del canal interno el cual nos obliga a tener por lo menos 25 televisores regados por el Campus y si por ahí se puede pasar información muy bien, qué más vamos a pasar, la experiencia de la del Valle fue un fracaso regaron 25 televisores y los muchachos con un control remoto universal lo apagaban y lo desprogramaban y lo bloqueaban el canal, entonces dice uno bueno que lograron, nada, y hoy es una experiencia que fracasó; ellos hicieron algo también con Musicar; en la Universidad de San Buenaventura funciona, la San Buenaventura tiene un sistema de música ambiental por el cual dan información y ponen todo el día música clásica si, y ahí vieron que la parte informativa no les dio resultado y lo dejaron como música lo que yo creo es un poco la respuesta a lo anterior, más que el medio, o sea más que pensar si es video o audio sería pensar en la estrategia comunicativa un problema realmente resultado de un diagnóstico, el diagnóstico nos pueda llevar de entrada sin hacer diagnóstico hay una premisa, podemos y estamos sujetos a mejorar la información, la transmisión de la información; si esa es la premisa nuestra no vería por qué no, la organización como la nuestra podría mirar una alternativa como esa, cuánto tiempo?,

cuántas horas al día?, con música? Con programas periodísticos, con videos científicos, con conciertos de la Sinfónica, no sabría qué decirte, lo que veo es con muy buenos ojos la posibilidad de tener conectada toda la Universidad en un saludo del Rector de 5 minutos donde dice que el problema de Ingenierías es un problema de desinformación y que Mecatrónica y Producción están aprobadas, eso por ejemplo me parece que sería manejo de información estratégico, pero otro puede ser a los estudiantes que les vamos a rebajar el 20% de la matrícula en Junio y se lo queremos decir efectivamente y lo hacemos, entonces decidiríamos si hacemos algo informativo o lo que te digo, recreación con música, o hacer un paquete integral; si además de eso hay Intranet mejor y si además de eso paramos el guarda con papeles en la puerta ideal, si ponemos unos afiches y unas carteleras, entonces lo que se hace es un paquete integral donde aparecen una cantidad de medios que te van impactando de información por todo lado, lo importante al final es que te llegue la información y yo pienso con la plataforma tecnológica que tenemos y con los potenciales en radio y televisión se podría hacer algo interesante.

